加州酒庄大幅折价，将高端葡萄酒推向大型零售连锁

报告称，库存过剩和需求疲软正推动原本只在品鉴室销售的葡萄酒进入Costco、Aldi和Kroger。

2026年10月13日星期二



据Best Case Wine周六发布的一份报告，随着加州葡萄酒过剩问题加剧，当地酒庄正以大幅折扣将更多高端葡萄酒推向大型零售连锁。

报告称，高端葡萄酒生产商正将过剩库存售给Costco、Aldi和Kroger等零售商，使得此前定位于高价位的葡萄酒，如今以大幅降价的价格出现在大众零售门店。报告还指出，一些酒庄正借助自有品牌及其他由零售商主导的渠道，清理那些越来越难通过传统渠道售出的库存。

Best Case Wine表示，这种折价销售反映了加州供需失衡加剧，而加州是美国葡萄酒产业的中心。该媒体报道称，加州产量约占美国葡萄酒消费量的80%，因此当地持续供过于求，将对全国各地的生产

商、分销商和零售商产生重要影响。

库存累积与需求疲软有关。Best Case Wine指出，公众对酒精的态度变化、通胀以及GLP-1减重药物的影响，都是抑制消费的因素。这些趋势给酒庄带来更多压力；此前几年，它们的产量和定价策略都是围绕高端葡萄酒需求较强的预期制定的。

奢华及近奢华档葡萄酒出现在仓储式会员店、折扣连锁店和大型超市集团，标志着部分加州库存的销售方式出现显著转变。报告称，过去通常由酒庄俱乐部、品鉴室、餐厅或专业葡萄酒商店更严格控制销售的葡萄酒，如今被用来回笼资金、减少库存。

这一转变的影响可能不止于涉事酒庄。若更多生产商通过大型零售商和自有品牌项目清理过剩葡萄酒，可能会拉低更广泛酒类市场的价格、压缩供应商利润空间，并增强零售商自有品牌的竞争力。葡萄酒也可能面临更大的饮料行业竞争压力，在争夺货架空间和消费者支出时，更难与啤酒、烈酒和即饮产品抗衡。

零售商有望从这一转变中受益。拥有全国规模和强大自有品牌项目的连锁企业，可以借助折扣葡萄酒吸引客流，并以更低价格向消费者提供原料来源高端的酒款。对消费者而言，这意味着他们有机会买到过去售价可能高得多的葡萄酒。对小型酒商和独立销售渠道来说，这则带来了被价格更低的产品抢走生意的风险，尤其是那些品牌知名度更高或消费者对其品质评价更高的酒款。

报告并未称所有加州高端酒庄都采取了同样做法，但将这一现象描述为行业承压加深的迹象，而非一次性的清仓行动。通过大批量零售渠道销售高价库存，表明部分生产商认为，若要让库存与当前需求相匹配，可更快采取的办法寥寥无几。

这一压力出现之际，葡萄酒行业本已面临饮酒习惯变化，尤其是年轻消费者饮酒习惯的转变，以及市场日益看重性价比。通胀促使许多家庭在包括葡萄酒在内的非必需消费上更加谨慎；当消费者转而购买更低价产品或减少购买频率时，高端品类尤其容易受到冲击。Best Case Wine提及GLP-1药物带来的额外隐忧，也反映出消费品行业更广泛的讨论：食欲变化和注重健康的生活方式是否正在减少酒类购买。

对加州生产商而言，挑战不仅在于售出现有库存，还在于此过程中维护品牌定位。通过大型连锁渠道大幅折价可以迅速带动销售，但也可能改变消费者对价格的预期，并使酒庄与其他零售合作伙伴的关系变得复杂，因为后者销售相同或类似葡萄酒时，售价可能更高。

报告指出，如果过剩状况持续，其影响可能进一步扩大。更多葡萄酒经由Costco、Aldi、Kroger等渠道销售，可能增强全国性零售商在葡萄酒采购中的议价能力，并进一步推动自有品牌发展；与此同时，零售商自有品牌正在多个饮料品类中扩大市场份额。对行业而言，这意味着当前的库存问题不仅是短期定价问题，还可能改变加州葡萄酒的销售渠道和销售方式。